

La creatività nel campo semantico dell'innovazione

Giulia Ceriani

Università di Bergamo

La creatività in quanto categoria concettuale, può essere paradossalmente intesa come una delle provocazioni più significative portate alla semiotica, se definita quest'ultima come sistema di comprensione delle relazioni significanti volto a porre ordine all'interno del percorso generativo del senso e vincolato a rapporti di presupposizione reciproca.

La creatività è azione atta a

- infrangere le regole (grammaticali o altre),
- perseguire uno scarto procedurale / processuale,
- investire un'ipotesi di trasformazione aleatoria e non orientata.

La propria nozione di "creatività" pone dunque in qualche modo problema alla metodologia stessa, e ci invita a una riflessione sulla marca qualificante della sua stessa attività e promessa : *l'innovazione*. Che senso avrebbe infatti la rottura di un patto contrattuale metodologico all'infuori di una ricerca di cambiamento che porti a un beneficio, funzionale o esistenziale ? Proveremo a rispondere nelle riflessioni che seguono.

1. *Open vs closed innovation*

In sé la nozione di innovazione, discrimine della creatività, un po' ci preoccupa. Invade progressivamente tutti i campi di discorso investiti / investibili da una doppia marca, quella della futuribilità e quella dell'efficacia. Sommando queste due caratteristiche arriva ad identificarsi con un'accezione di positività che solo

la parola “progresso”, con il suo carico di sanzione sociale, riassume in toto. Ci preoccupa nella sua univocità ideologica e nell’appiattimento semantico, che va a contraddire la sua stessa missione, teoricamente destinata a trasferire del valore aggiunto. Come è possibile che cambiamento e positività della trasformazione siano sempre e ugualmente sovrapposti ?

Ci concerne, invece, se è vero che l’intervento semiotico per come l’approccio strutturalista e generativo ce lo ha consegnato, ha anzitutto lo scopo e la capacità di restituire pertinenza, e differenza utile, a un nucleo di senso in potenza.

Ecco dunque che, anche nell’immediato della consultazione del dizionario Larousse della lingua francese (1989), l’innovazione/ si caratterizza come “l’action d’innover”, un programma di esercizio attivo che investe le sue conseguenze in domini diversi, di cui “l’innovation technique” ne rappresenta uno solo tra i tanti.

Di fatto il termine copre

l’introduction, dans le processus de production et/ou de vente d’un produit, d’un équipement ou d’un procédé nouveau

con il riferimento a una sostanziazione materiale, alla traduzione / soluzione di un problema in una meccanica rassicurante. Ma ancora, ed è il suo terzo significato, il dizionario dice che l’innovazione è

l’ensemble du processus qui se déroule depuis la naissance d’une idée jusqu’à sa matérialisation,

e allora ecco che non è più un’azione a cui consegue un risultato ma un percorso, un tragitto temporalmente marcato dalla virtualità alla realizzazione, che la ricongiunge all’ultima accezione, quella di

processus d’influence qui conduit au changement social et dont l’effet consiste à rejeter les normes sociales existantes et à en proposer des nouvelles.

Creatività e innovazione si riuniscono qui, sulla base di una comune congiura contro le regole (le “normes sociales”) acquisite, nella sottrazione di legittimità al loro statuto. Processo dinamico e tensivo *vs* esito statico e terminativo, sfida immateriale o eccellenza materiale, le problematiche dell’innovazione sono anzitutto contenute in questa disgiunzione. Sulla quale non siamo i primi ad interrogarci (prima di noi, tra gli altri, Eric Landowski, Claude Zilberberg, Jacques Fontanille, Eric Bertin¹), ma che ci appassiona per il coinvolgimento profondo previsto in relazione a quelle che sono le sfide sociali della semiotica contemporanea : in primis, fare luce sulla tensione intrattenuta tra la spinta in avanti

¹ Cfr. E. Landowski, “Mode, politique et changement”, *Présences de l’autre*, Paris, P.U.F. 1997 ; C. Zilberberg, *Eléments de grammaire tensive*, Limoges, Pulim, 2006 ; J. Fontanille, “La sémiotique face aux grands défis sociétaux du XXI^e siècle”, *Actes Sémiotiques*, 118, 2015 ; D. Ablali e E. Bertin (éds.), *Sociabilités numériques*, Louvain, Academia, 2020.

della società e la sua stessa coesione e identità, tra l'imperativo a innovare per avanzare e la necessità di gestire il cambiamento.

Scrive Fontanille

la chaîne causale (ou de présupposition, prise à rebours) est en elle-même un problème à traiter. Il faudrait innover pour persister, il faudrait adapter pour innover, et il faudrait intégrer pour adapter. Faut-il ?²

Questo imperativo ad *essere* e contemporaneamente a *fare* — nel senso di un non meglio precisato investimento nell'innovazione — risponde a un forte investimento ideologico, spostamento massiccio che governa anche la dialettica tra i due concetti di innovazione che si confrontano nella società contemporanea : *closed innovation* vs *open innovation*, dove, se la prima resta legata al processo di sviluppo e evoluzione interni di una struttura organizzativa singolare, che riflette in tal modo sulle sue esigenze evolutive trasferendo una visione propria della discontinuità (e assumendosene i rischi), la seconda al contrario assume le sembianze di un soggetto collettivo, dove è nel processo di integrazione tra contributi forniti da soggetti diversi e secondari (con conseguente delega di responsabilità) che viene cercata la dimensione di scarto e la costruzione di differenza.

Entrambe si rivelano in ogni caso come figlie di una uguale e contraria istanza del “cambiamento per il cambiamento”, all'opposto di quella che dovrebbe essere, nel nostro pensiero, l'inaugurazione di una strategia di mutazione che sappia metterne in scena tragitti articolati e possibilmente contraddittori. Non è infatti, come dovrebbe essere ovvio, nell'uniformazione e nella prescrittività delle regole che andiamo cercando la ricchezza della potenzialità di scarto che l'innovazione è lì per attuare, quanto nella messa in evidenza dei percorsi alternativi che essa è capace di inaugurare, aprendo scenari che consentono di qualificare la marcatura temporale a venire in una dimensione opportuna: scegliendo tra le innovazioni quelle praticabili con vantaggio, e quelle potenzialmente dannose. Perché il concetto stesso di innovazione non vada a coincidere con una retorica vuota / illusoria, dove si oppongono un *volere* investito di valore di verità, e un *potere* associato a rappresentazioni autoreferenziali e senza produzione di discontinuità.

2. Il campo semantico

Il campo semantico dell'/innovazione/ è del resto peculiarmente controverso. Se riprendiamo il dizionario Larousse :

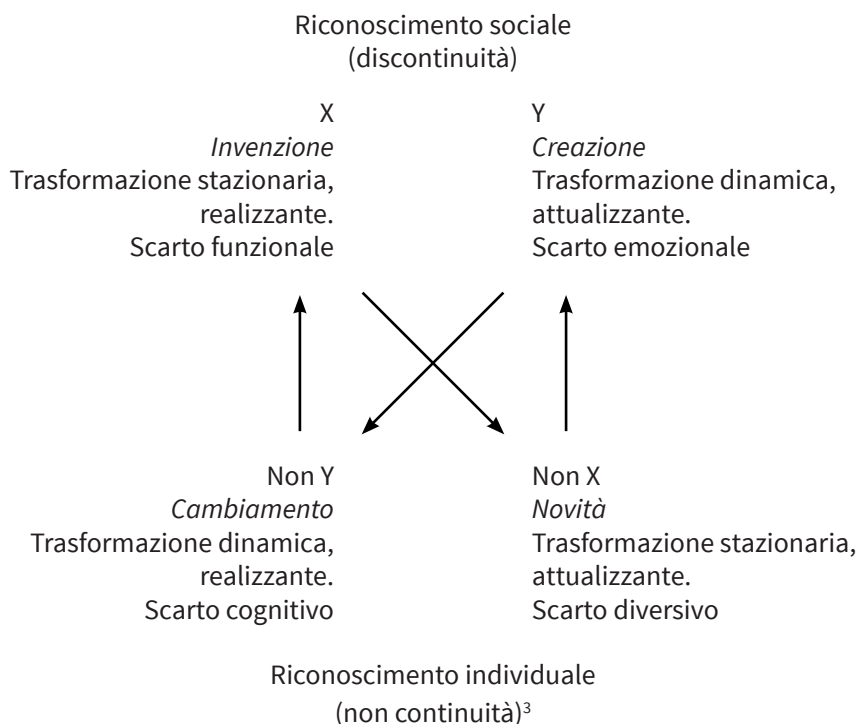
1. Action d'innover. Résultat de cette action, chose nouvelle → changement, création, nouveauté. (...).
2. Innovation scientifique → découverte, invention

² “La sémiotique face aux grands défis sociétaux du XXI^e siècle”, *art. cit.*

è chiaro che si confrontano esiti del processo innovatore che intervengono su isotopie diverse, da quella sociale (“*changement*”) a quella peculiarmente inventiva (“*création*”) a quella informativa (“*nouveauté*”), fino a quella a connotazione scientifica (“*découverte, invention*”).

In tutti i casi, sul piano logico, quello che andiamo a disegnare è una gradualità nell’intensità aspettuale del *fattore di innovazione*, in relazione a una diversa presa di posizione sull’asse non continuità / discontinuità. Come se, all’interno di una metafora topologica che è in ogni caso quella dello spostamento rispetto a quanto di fatto ha preceduto, si potesse uscire dall’equazione semplicistica tra innovazione e ottimizzazione per elaborare al contrario un campo semantico articolato, che prescinde dalla valutazione dell’efficacia e dalla sanzione positiva che costituisce di fatto l’equivoco ideologico di questa congiuntura.

Possiamo provare allora, seguendo il nostro pensiero, a disegnare un quadro del campo semantico dell’*innovazione* nelle sue diverse accezioni.



Invenzione, creazione, cambiamento, novità : così rappresentata l’innovazione nelle sue diverse congiunzioni di valore appare sempre come uno stato provvisorio, pronto a mutarsi, nella successione diacronica, in un nuovo sistema di valore. Non solo : ad essere qualificate sono quattro diverse intensità della trasformazione innovativa, in relazione alle quali poter focalizzare gradi diversi di efficacia. Dove la creatività interviene semplicemente su quel programma d’uso che può portare all’uno o all’altro dei poli di valore indicati.

³ Per la nozione semiotica di trasformazione cfr. A.J. Greimas e J. Courtés, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II*, Paris, Hachette, 1986, p. 240 (voce “Transformation” di Peter Stockinger).

Seguendo questo ragionamento, l'innovazione appare già diversamente inquadrata, non più stato / risultato ma *trasformazione*, dunque racchiusa all'interno di un percorso narrativo del quale rappresenta una specifica differenza.

Le forme (semiotiche) dell'innovazione, scrivono Gianfranco Marrone e Dario Mangano, sarebbero (...) originate dal modo in cui diverse entità oggettuali contribuiscono a costruire tra loro — ricostruendolo poi continuamente — un insieme coerente di relazioni all'interno del quale è la stessa attività umana a prendere forma.⁴

Questa differenza è l'effetto di senso prodotto da una trasformazione che colora di diversi valori trasformativi (a seconda delle quattro accezioni) il proprio portato innovativo. Non necessariamente l'innovazione è evoluzione: il suo rapporto con il tempo e ancor più con la dimensione aspettuale, è la risultante di operazioni logiche tali da prescindere da ogni risultanza figurativa per disegnare invece una complessa scacchiera concettuale fatta di movimenti alternativi di cancellazione e affermazione, implicazione e presupposizione, responsabili delle diverse tipologie di trasformazione in atto. Dove l'impianto regolato confluisce, paradossalmente, nel suo rovesciamento, e il giudizio di valore resta aperto, e potenzialmente discutibile.

3. Manipolazione e regimi di credenza

Veniamo dunque alla natura di queste trasformazioni. Ci rifacciamo alla struttura assiomatica delle trasformazioni narrative di base, che ci sembra fornire l'attrezzatura logica opportuna per leggere le quattro dimensioni evocate dall'innovazione. E dunque:

a) *Invenzione* (X) = una trasformazione realizzante e stazionaria, retta da un /fare/ (è il risultato di un'azione propositiva) e contemporaneamente da un /non fare/ (è l'esito di una scelta di denegazione di quanto ha preceduto): tensione al passaggio volta alla sostituzione;

b) *Creazione* (Y) = una trasformazione dinamica e attualizzante, retta ancora dal /fare/, che esprime la realizzazione, e contemporaneamente dal /non fare/ che investe l'attualizzazione, lo stato di esistenza ancora transitorio e in attesa di una realizzazione che incida su un cambiamento esistenziale effettivo, anche se la definizione del processo è rinviata;

c) *Cambiamento* (nonY) = una trasformazione dinamica e realizzante, che implica la realizzazione di un fare o di un non fare in implicazione rispetto alla possibilità concreta di accedere a nuovo stato di esistenza, e ne rilancia la possibile realizzazione;

d) *Novità* (non X) = trasformazione attualizzante e stazionaria: approccio tattico all'innovazione, dove il /far essere/ è contemporaneamente retto da un /non far essere/.

⁴ G. Marrone e D. Mangano, "Principi di semio-design. Forme dell'innovazione e teoria del progetto", *Ticonzero*, 106, 2010.

Proviamo a entrare nel dettaglio e a spiegarci meglio.

Quando si dà *Invenzione*, è il caso di una creatività investita in ambito funzionale, dove l'intento del "creatore" è quello da un lato di produrre un'azione migliorativa che sia risolutiva di una necessità / di un problema antecedente, e contemporaneamente di mettere da parte gli strumenti non sufficientemente funzionali avuti fino ad allora a disposizione. Si attua dunque un'affermazione e al tempo stesso una negazione, o meglio la negazione è proattivamente trasformata in affermazione. E questo vale tanto per invenzioni di natura materiale che immateriale, è il percorso attraverso il quale, ad esempio, un media come il telefono portatile si è sostituito al telefono fisso in relazione a un'esigenza sempre più diffusa di comunicazione in mobilità. Ma anche, per quelle di natura immateriale, là dove si pensi alla soluzione che consente di sottrarsi a un incontro non desiderato : quando postulo un impegno alternativo per negare la mia presenza altrove richiesta, trasformando il disagio in liberazione.

Quando si dà *Creazione*, l'idea è invece quella di focalizzare un soggetto che investe la creatività in senso aperto (e in assenza di un protocollo di regole che ne delimiti il campo di intervento) : la trasformazione è retta da un fare che tende alla realizzazione trattenuta tuttavia da un non fare che impedisce di assegnarla a una data casella del mondo : la creazione pura è ancora inqualificabile, smonta i paradigmi acquisiti, chiede una revisione delle prospettive e si avvicina alla connotazione artistica della parola : è gratuita, visionaria, metalinguistica, stante che mette in discussione il sistema a cui appartiene. Come è, ad esempio, per le creazioni di moda di alcuni, rari stilisti : pensiamo a Schiaparelli nella storia, o a Iris van Herpen nel contemporaneo, al tempo stesso esemplari e solo astrattamente realizzabili.

Quando si dà *Cambiamento*, il pensiero va all'accezione più semplice di innovazione, dove la creatività è solo relativamente / potenzialmente coinvolta ; è una trasformazione che si propone di creare una discontinuità rispetto alla situazione precedente, senza necessariamente coinvolgere un percorso di riorganizzazione delle prospettive. Perché si dia cambiamento basta fermarsi, oppure intervenire con un'azione di natura differente la cui qualità innovativa resta tuttavia non implicata / non prevedibile. E' il caso di un cambiamento di governo, ad esempio, o anche di un cambiamento di abitudini come all'interno di un periodo di dieta alimentare.

Quando si dà *Novità*, infine, intendiamo il grado zero dell'innovazione : la trasformazione è stazionaria, non dà accesso a un nuovo stato di esistenza, è una forma di mantenimento della consuetudine attraverso il suo rinnovo ; permette tuttavia di incontrare un'emergenza inattesa, che consente un rilancio dell'attenzione, a prescindere dal suo portato creativo. Come quando abbiamo notizie dell'amico che non sentivamo da tempo, quando ci presentiamo con un nuovo taglio di capelli, quando compriamo dal fornaio un diverso tipo di pane.

In questa prospettiva articolata, ci sembra dunque utile uscire da un pensiero dell'innovazione a breve termine quale quello validato in questo momento dalla società tecnologica e post-industriale, che ha sostituito i semi figurativi dell'evo-

luzione a quelli della *trouvaille* tecnologica, e può certamente qualificarsi in una delle quattro direzioni sopracitate senza per questo dover coincidere con una sanzione positivante. Non continuità (evoluzione di un processo) oppure rottura con quanto ha preceduto (discontinuità), è chiaro come la parola *innovazione* riconduca in ogni caso a un percorso graduale, dove la transizione è punteggiata di battute d'arresto / nodi evenemenziali che ne scandiscono il contenuto e chiedono ai pubblici di rinnovare l'attribuzione di valore.

Ad essere manifesta è una strategia retorica manipolatoria che predispone il riconoscimento di una competenza meta-modale a cui è riconosciuta legittimità nella sovrapposizione tra l'accezione di *novità* — che rappresenta l'anello debole del percorso novativo — e quella di *invenzione*, con conseguente trasferimento dello scarto emozionale sullo scarto funzionale.

Finalmente, sembra che la questione dell'innovazione sia soprattutto una questione di investimento passionale, atto a innervare foricamente una società svuotata di altro humus esistenziale. E' allora che l'isotopia dell'innovazione si configura come un'isotopia tensiva, e chiede alla nostra analisi una decodifica atta ad indicare quali sono le procedure di validazione del suo percorso.

4. L'appropriazione del valore

Il tema è quello dell'approvazione del valore. Innovazione e sviluppo sono il mantra di una società in particolare quando intervengono difficoltà notevoli da superare, in ambito economico e sociale. In questo contesto, l'idea di partenza è che il riscatto da una crisi (ambientale, politica, valoriale, finanziaria) — quale quella globalmente esperita dalla società contemporanea — che tale non è proprio perché di fatto non pienamente risolvibile, sia controbattuto dall'innovazione. Dal suo potenziale "creativo" di rottura della regola pregressa, e con essa anzitutto dello statu quo. E' così che

a) innovazione e crescita resistono ad essere separate : solo all'innovazione viene riconosciuta la capacità di produrre attenzione da parte dei pubblici, e dunque avanzamento, quale che ne siano la natura e le conseguenze ;

b) cambiamento tecnologico e cambiamento strutturale appaiono strettamente intrecciati : attraverso l'introduzione di innovazioni tecnologiche cambiano le relazioni sociali, la distribuzione del reddito, i modi e i consumi, o quanto meno la loro rappresentazione ;

c) anche se, innovazione e problematicità si mostrano come a loro volta inseparabili : se è vero che l'innovazione produce distruzione in quanto processo di negazione e la sua diffusione comporta la corrispondente cancellazione delle attività tradizionali⁵.

Mi sembra allora chiaro che l'appropriazione / l'aggiudicazione della sanzione positivante in un modo così univoco da connotarne la portata ideologica, che l'innovazione porta con sé, sia figlia della sostituzione di una battuta d'arresto (quella dello sviluppo), con una negazione di marca diversa, quella rivolta a

5 Cfr. C. Antonelli, "L'innovazione come proprietà emergente di un sistema economico", *IRIS*, marzo 2016.

quanto ha preceduto e sul quale una qualunque delle quattro accezioni sopra descritte è passibile di iscriversi.

Opponendola alla negazione e al negativo,

la négativité, scriveva Denis Bertrand, forme une nappe plus étendue, une isotopie axiologique, convoquant les valeurs du beau, du vrai, du bien, du juste et de leurs contraires, dans un contexte existentiel où les cultures trouvent dans la valeur de la négativité, parmi toutes les formes de leur différenciation, un de leurs traits distinctifs majeurs.⁶

Questa negatività pervasiva, necessaria al mantenimento di un movimento continuo, è proprio quanto costituisce il paradosso dell'innovazione, e la sua dimensione ideologica, anzi : mitologica. Perché se è vero che l'organizzazione ideologica prende in carico i valori per portarli a realizzazione, il loro investimento discorsivo li figurativizza fino a convertirli in discorso mitologico : “il nuovo che avanza”, teso verso un'apicalità felice e dichiaratamente dedito a sottrarsi, nella sua inarrestabile dinamica, a qualunque verifica di efficacia che non sia quella della sua necessità distruttiva. Scrive Stefano Bartezzaghi :

L'innovazione è una bellissima cosa, ma se fosse una strada già segnata non sarebbe un gran che innovativa. In tecnologia, innovazione vuole dire finanziare cento progetti con la speranza che almeno uno o due portino a risultati : non è uno spirito, non basta volerla ; è un dispendio enorme, è lavoro ed è rischio. È facile preferire il mito dell'innovazione al suo processo reale.⁷

E' allora che il discorso dell'innovazione ha bisogno di essere inteso per quello che è, rompendo l'esaltazione tesa a rinnovare il consenso per una società che ha paura di consistere, anche solo provvisoriamente : perché consistere vorrebbe dire spostare l'innovazione da movimento enunciazionale a enunciato, e accettarne l'iscrizione all'interno di una ciclicità ricorsiva che contempla necessariamente anche la fase di obsolescenza. Entro tempi sempre più rapidi, così rapidi, ad esempio, che non abbiamo nemmeno fatto in tempo a salutare l'apparizione dei Google Glass che questi già erano *out of the box* ; o ancora, che gli schermi tv non hanno avuto modo di dispiegare le nuove prospettive della loro flessibilità e estendibilità, che si è subito parlato di realtà immersiva e della loro conseguente sparizione.

In sintesi

Per concludere, ci sembra opportuno tracciare alcuni punti fermi in relazione al contributo della semiotica a quella che ci piacerebbe pensare come una critica costruttiva del concetto contemporaneo di innovazione stesso, e con esso del concetto di creatività che lo sorregge :

6 D. Bertrand, “Introduction”, *La négation, le négatif, la négativité*, Actes Sémiotiques, 117, 2014.

7 S. Bartezzaghi, “Il nuovo e il possibile”, *Doppiozero*, dic. 2015. Dello stesso autore, cfr. anche *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere detti creativi e chi ce lo fa fare*, Milano, Bompiani, 2021.

1) l'innovazione è un processo e un risultato, ma questo risultato è a sua volta processuale perché sovradeterminato dalla necessità informativa ;

2) il discorso dell'innovazione, in qualunque contesto della contemporaneità si manifesti, è agito come fantasma della negazione, avente per oggetto il passato inteso come equivalente della crisi o della situazione che ad essa ha portato ;

3) dunque l'innovazione è un investimento ideologico tradotto nella mitologia dell'avanzamento : in quanto tale è una trasformazione narrativa che agisce come uno strumento di manipolazione del consenso, e ritrova legittimità nel momento in cui articola un territorio libero da sovradeterminazioni figurative ;

4) dentro il campo semantico dell'innovazione — *invenzione, creazione, cambiamento, novità* — si dispiega un potenziale positivo di narrazione dell'evoluzione secondo strategie autosufficienti e dosabili in funzione del loro campo specifico di intervento, nonché del destinatario costruito dal soggetto inteso a congiungersi con il valore loro correlato.

Bibliografia

- Ablali, Driss, e Eric Bertin (éds.) *Sociabilités numériques*, Louvain, Academia, 2020.
- Antonelli, Carlo, “L'innovazione come proprietà emergente di un sistema economico”, *IRIS*, marzo 2016.
- Bartezzaghi, Stefano, “Il nuovo e il possibile”, *Doppiozero*, dic. 2015.
- *Mettere al mondo il mondo. Tutto quanto facciamo per essere detti creativi e chi ce lo fa fare*, Milano, Bompiani, 2021.
- Bertrand, Denis, “Introduction”, *La négation, le négatif, la négativité, Actes Sémiotiques*, 117, 2014.
- Fontanille, Jacques, “La sémiotique face aux grands défis sociétaux du XXI^e siècle”, *Actes Sémiotiques*, 118, 2015.
- Greimas, Algirdas J., e Joseph Courtès (éds.), *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II*, Hachette, Paris, 1986.
- Landowski, Eric, *Présences de l'autre*, Paris, P.U.F. 1997.
- Marrone, Gianfranco, e Dario Mangano, “Principi di semio-design. Forme dell'innovazione e teoria del progetto”, *Ticonzero*, 106, 2010.
- Zilberberg, Claude, *Éléments de grammaire tensive*, Limoges, Pulim, 2006.

Résumé : Le concept de *créativité* est ici considéré comme recouvrant un parcours instrumental de transformations diversifiées qui amènent à définir les diverses acceptions possibles de la notion d'*innovation*. Face à la dimension idéologique à laquelle renvoie la présente conjoncture moyennant une survalorisation positive, non discutée, de ce parcours, l'article souligne au contraire de quelle manière une autre forme d'appropriation de la règle — voire sa transgression, et donc sa négation — sert de matrice créative.

Mots clefs : créativité, innovation, règle, transgression.

Resumo : O conceito de *criatividade* está considerado aqui como referindo a um percurso instrumental de transformações diversificadas cuja análise conduz à definição das variadas acepções da noção de *inovação*. Face à dimensão ideológica à qual reenvia a conjuntura atual, com a hipervalorização, não discutida, deste percurso, o artigo sublinha ao contrário de que modo uma outra forma de apropriação da regra — e possivelmente até sua transgressão, portanto sua negação — serve enquanto matriz *criativa*.

Abstract : The concept of *creativity* is considered here as referring to an instrumental process of diversified transformations calling for the definition of the various possible interpretations of the notion of *innovation*. Beyond the ideological dimension currently privileged due to an undiscussed overrating of this process, the article stresses on the contrary how another form of appropriation of the rules – nay, their transgression (and thereby, their negation) – may serve as a creative matrix.

Riassunto : Il concetto di *creatività* è qui considerato come percorso strumentale di trasformazioni alternative che portano a definire le diverse accezioni possibili di *innovazione*. Oltre il portato ideológico a cui riferisce la nostra congiuntura attraverso una positivizzazione non discussa di questo percorso, sottolineiamo come, al contrario, la diversa appropriazione della regola – vedi la sua trasgressione e dunque la sua negazione –, siano alla radice del portato stesso di matrice creativa.

Auteurs cités : Carlo Antonelli, Stefano Bartezzaghi, Eric Bertin, Denis Bertrand, Jacques Fontanille, Algirdas J. Greimas, Eric Landowski, Dario Mangano, Gianfranco Marrone, Claude Zilberberg.

Plan :

Introduzione

1. Open vs closed innovation
2. Il campo semantico
3. Manipolazione e regimi di credenza
4. L'appropriazione del valore

In sintesi